almato
contact center solutions

Click2Coach
success story

L'TUR Tourismus AG

Seit 1987 bietet die L'TUR Tourismus AG, Baden-Baden, Last Minute-Reisen in die ganze Welt an. Mit 355 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2004 ist L'TUR der Last Minute-Marktführer in Europa. Täglich stehen über 1.000.000 verfügbare Angebote zur Auswahl. L'TUR ist eine typische „Multi-Channel-Company". Bereits seit 1993 bietet der Kurzfristspezialist seine Reisen neben dem Vertrieb über die eigenen Shops auch im Internet und über ein eigenes Communication Center an. Der Kunde kann sich 24 Stunden am Tag informieren und auch buchen. Seit 1994 hat sich der Anteil an Last Minute-Reisenden von 4,5 Millionen auf rund 11 Millionen deutsche Kunden verdreifacht. Zudem ist ein eindeutiger Trend zu anspruchsvollen und qualitativ hochwertigen Reisen erkennbar. 70 Prozent der heute gebuchten Hotels sind im gehobenen oder Luxusbereich.

„In den knapp zwei Jahren, in denen wir Click2Coach einsetzen, ist die Akzeptanz bei unseren Mitarbeitern und beim Betriebsrat für dieses Qualitätstool durch die sehr positiven Erfahrungen stetig gestiegen. Click2Coach ist heute ein fester Bestandteil unserer gemeinsamen Qualitätssicherung."

Alexander Schlotter, *Stellvertretender Contact Center Leiter L'TUR Tourismus AG*

In Anbetracht der sich permanent verschärfenden Wettbewerbssituation wurde zur Betreuung der Kunden in den letzten drei Jahren das Customer Relationship Management bei L'TUR intensiv ausgebaut und das ganze Unternehmen konsequent auf Kundenorientierung ausgerichtet.

Welche Kompetenzen benötigt ein L'TUR Agent?

Systemkompetenz

Alle L'TUR-Mitarbeiter arbeiten mit einem selbst entwickelten Buchungssystem. Dieses System liefert dem Agenten die für eine optimale Beratung notwendigen Daten und Fakten. Die große Vielfalt an technischen Möglichkeiten und die sich ununterbrochen verändernde Angebotssituation machen eine intensive Einarbeitung und ein permanentes Training der Mitarbeiter erforderlich.

DAS UNTERNEHMEN

- L'TUR, die Nummer 1 für Last Minute-Reisen in Europa
- 355 Mio. Euro Umsatz im Jahr
- 300 Mitarbeiter in Deutschland
- 11 Millionen deutsche Kunden
- über 150 Franchise-Partner in Europa

DIE KAUFENTSCHEIDUNGSGRÜNDE

- Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland
- Schnelle Implementierungsphase
- Verbesserte Reaktionsmöglichkeiten auf sich ständig ändernde Marktgegebenheiten
- Steigerung des Umsatzes
- Schnelleres, besseres, effizienteres Coaching

ERGEBNISSE

Durch den Einsatz von Click2Coach konnten in 24 Monaten folgende Ergebnisse erzielt werden:

- Steigerung der Vertriebsperformance einzelner Mitarbeiter um über 50 %
- Zahl der Coaching-Sessions pro Agent verdoppelt
- Senkung der durchschnittlichen Gesprächsdauer um 11 %
- Signifikante Verkürzung der Nachbearbeitungszeiten
- Reduzierung der eingabebedingten Fehler

Verbesserungen der Systemkompetenz durch Click2Coach

„Durch die Einführung von Click2Coach und der damit verbundenen Option, neben dem Gespräch auch die parallel am Bildschirm ablaufende Vorgehensweise im System nachzuvollziehen, sind wir heute sehr viel schneller in der Lage festzustellen, wo technische Optionen im Tagesgeschäft nicht oder nicht optimal genutzt werden“, so Alexander Schlotter, stellvertretender Contact Center Leiter bei L’TUR. „Die sich auf diese Erkenntnisse stützenden Qualifizierungsmaßnahmen lassen sich jetzt öfter, schneller, individueller und zeitsparender durchführen. Die Anzahl der allgemeinen Schulungen in Großgruppen haben wir erheblich zu Gunsten individueller Coachings, die sich am objektiv ermittelten Bedarf orientieren, reduziert. Mit dem Ergebnis einer eindeutigen Effizienzsteigerung im Hinblick auf:

- eine verkürzte durchschnittliche Gesprächsdauer pro Anruf
- kürzere Nachbearbeitungszeiten
- weniger eingabebedingte Fehler
- weniger Rückrufe

Verkäuferisch-kommunikative Kompetenz

Vor dem Hintergrund sich immer ähnlich werdender Produkte und Preise und angesichts einer Werbung, die immer aggressiver und plakativer wird, sucht der Kunde einen kompetenten und vertrauenswürdigen Ansprechpartner, der ihm das Gefühl gibt, die richtige Wahl zu treffen. Gerade bei dem Produkt Reisen spielen Emotionen die ausschlaggebende Rolle. Wichtig ist es, dem Kunden ein Erlebnis zu vermitteln. Eine reine Preisargumentation führt angesichts des harten Wettbewerbs heute nicht mehr zum Erfolg. Somit ist das Ziel von L’TUR, die Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt einer Beratung zu stellen. Dies gibt dem Kunden die Sicherheit, ein optimales Angebot zu erhalten.

Verbesserung der verkäuferisch-kommunikativen Kompetenz durch Click2Coach

Um den Kunden ein individuelles Angebot unterbreiten zu können, setzt L’TUR auf eine fundierte Bedarfsanalyse und eine Produktpräsentation, die gezielt das Informationsbedürfnis des Kunden erfüllt und sich an den, den Kunden dominierenden Kaufmotiven, orientiert. Durch die große Auswahl an aufgezeichneten Gesprächen und durch die gezielte Vorabselektion können die Gespräche mit dem größten Lerneffekt für das Coaching herausgefiltert werden. Gegenüber dem Side-by-Side Coaching, bei dem Auswahl und Inhalt der Gespräche vom Zufall abhängen und das zudem mit einen hohen zeitlichen Aufwand verbunden ist, stellt der Einsatz von Click2Coach eine erhebliche Effizienzsteigerung dar.

„Durch Click2Coach konnte die Anzahl der qualifizierten Live-Coaching-Gespräche mehr als verdoppelt werden“, sagt Alexander Schlotter. „Schwerpunkt unserer Coachings liegt auf den soft skills, das heißt, dass wir neben dem „Was“ vor allem dem „Wie“ etwas gesagt wird, allergrößte Bedeutung beimessen“, so Alexander Schlotter weiter. Da das Eigenbild eines Agenten geprägt ist durch sein gefühltes, subjektives Verhalten und dies, wenn mit einem abweichenden Fremdbild konfrontiert, eher Widerstand denn Einsicht hervorruft, werden mit Click2Coach die aufgenommenen Gespräche wie ein Spiegel eingesetzt, in dem der Agent sein Verhalten selber überprüfen kann. Dabei gilt der Grundsatz, dass Lernen und vor allem die Lust am Lernen besser durch Erfolge, als durch Misserfolge zu steuern ist. „Bei neuen Mitarbeitern wurde durch die Umsetzung dieser Strategie eine deutliche Verkürzung der Einarbeitungszeit um ca. 40 % erreicht“, berichtet Alexander Schlotter.

Produktkompetenz

Die Vielfalt der sich permanent ändernden Angebote stellt hinsichtlich einer kompetenten Kundenberatung eine große Herausforderung für jeden L’TUR Mitarbeiter

dar. Taucher, Golfer oder Kreuzfahrer um nur einige zu nennen, konfrontieren den L'TUR-Berater mit teilweise sehr spezifischen Fragen, deren fachkundige Beantwortung Voraussetzung für eine erfolgreiche Buchung ist. Um dieses Beratungsniveau zu erreichen, schult L'TUR seine Mitarbeiter in Form von Zielgebiets- und Produktschulungen oder auch durch Inforeisen in die verschiedenen Zielgebiete. Zudem unterliegt das Buchungssystem einem permanenten Verbesserungsprozess, um dem Mitarbeiter mit einem Mausklick zu der gewünschten Info zu verhelfen.

Verbesserung der Produktkompetenz durch Click2Coach

Dort, wo Defizite im Produktwissen erkannt werden, erhält der Mitarbeiter über Click2Coach individuell und zeitnah die fehlenden Informationen direkt an seinen Arbeitsplatz über eine browserbasierte Anwendung. Das können z. B. Karten, Bilder, animierte Trainingsclips oder simple Texte sein. So kann der Agent Zeiten, in denen er nicht telefoniert, zu Trainingszwecken nutzen, ohne seinen Arbeitsplatz zu verlassen. Die Bereitstellung der Daten orientiert sich dabei am jeweils aktuellen Traffic-Status: Der Informationsfluss wird so gesteuert, dass der Agent nur in Zeiten mit geringem Call-Volumen adressiert wird. Click2Coach wird auch zur gezielten Verkaufsförderung bestimmter Produkte eingesetzt, indem zum Beispiel Clips zu einem bestimmten Hotel erstellt werden, die sowohl Bilder als auch Hintergrundinfos über bestimmte Events und andere Besonderheiten beinhalten.

Fazit

„In den knapp zwei Jahren, in denen wir Click2Coach einsetzen, ist die Akzeptanz bei unseren Mitarbeitern für dieses Qualitätstool durch die positiven Erfahrungen stetig gestiegen. Click2Coach ist heute ein fester Bestandteil unserer gemeinsamen Qualitätssicherung", resümiert Alexander Schlotter.

Click2Coach

Optimale Ergebnisse aus jedem Kundenkontakt

Die almato GmbH bietet innovative Lösungen, die Customer Service Center in die Lage versetzen, aus jedem einzelnen Kundenkontakt optimale Ergebnisse zu erzielen.
Der Schwerpunkt der Geschäftsaktivitäten liegt auf dem Vertrieb und der Implementierung von Aufzeichnungs-, Quality Monitoring- und Coaching-Lösungen. Neben L'TUR haben sich unter anderem auch Kunden wie CARGLASS, Citibank, Commerz Direktservice, Goodyear Dunlop Tires Germany, Gothaer Versicherung, Hansenet, IKEA, Lands' End, Lufthansa, OTTO, Stadtwerke München und Vivento Customer Services für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit almato entschieden.

almato GmbH
Wöhrdstraße 5
72072 Tübingen

TELEFON
+49 7071 79569-0

E-MAIL
info@almato.de

INTERNET
www.almato.de